स्वामी रामानंद तीर्थ मराठवाडा विद्यापीठ, नांदेड

पालघर जिल्ह्यातील कृषी उत्पादनांच्या विपणनाचा चिकित्सक अभ्यास-(२०१८-२३)

वाणिज्य आणि व्यवस्थापन विद्याशाखे अंतर्गत ‘ वाणिज्य ‘ विषयात पीएच. डी. पदवीसाठी सादर करावयाच्या शोधप्रबंधाचा आराखडा

संशोधक

सौ. धानवा सोनम सुनिल

वाणिज्य आणि व्यवस्थापन विद्याशाखा,

स्वामी रामानंद तीर्थ मराठवाडा विद्यापीठ, नांदेड

मार्गदर्शक

डॉ. भारत टी. निर्वळ

स्व. नितिन महाविद्यालय, पाथरी.

ता. पाथरी, जिल्हा. परभणी

संशोधन केंद्र

स्व. सौ. कमलताई जामकर महिला महाविद्यालय, परभणी

सप्टेंबर २०२३

पालघर जिल्हयातील कृषी उत्पादनांच्या विपणनाचा चिकित्सक अभ्यास - (२०१८-२३)

प्रस्तावना :-

प्रत्येक मनुष्य आपल्या प्राथमिक गरजा भागविण्यासाठी कोणते ना कोणते काम किंवा व्यवसाय करीत असतो. प्रत्येक व्यवसायाचा मूळ उद्देश नफा कमवणे हा असतो. जागतिकीकरण, उदारीकरण आणि अर्थव्यवस्थेच्या खाजगीकरणामुळे बाजारपेठेमध्ये अनेक बदल झाले आहेत. या बदलांमुळे नफा कमावण्याच्या उद्देशा बरोबरच बाजारपेठेमध्ये आपले अस्तित्व टिकून ठेवणे हे सुद्धा व्यावसायिकांसाठी महत्त्वाचे झाले आहे. प्राथमिक व्यवसाय, द्वितीय व्यवसाय, तृतीय व्यवसाय आणि चतुर्थक व्यवसाय असे सामान्यत: वस्तू व सेवांच्या उत्पादन पद्धतींवर व्यवसायाचे वर्गीकरण करता येते. स्पर्धा युक्त बाजारपेठेत आपले अस्तित्व राखून ठेवण्यासाठी व्यवसायिकांना सतत ग्राहकांच्या संपर्कात राहणे गरजेचे असते. ग्राहकांसोबत परिणामकारक संपर्क साधण्याचे काम विपणनाद्वारा शक्य झाले आहे.

विपणनाचे जनक म्हणून ओळखल्या जाणाऱ्या फिलिप कोटलर यांच्या मते- "विपणन प्रक्रिया ही प्रत्येक व्यवसायाची सुरुवात आणि शेवट असतो." सामान्यत: विपणन हे वस्तूंचे वितरण अथवा वस्तूंची विक्री म्हणून ओळखले जाते; परंतु सध्याच्या ग्राहकाभिमुख बाजारपेठेमध्ये व्यापक आणि विस्तृत स्वरूप प्राप्त झाले आहे. ज्यामध्ये उत्पादनापासून वस्तू ग्राहकांपर्यंत प्रवाहित करण्याच्या प्रक्रियेत येणाऱ्या सर्व क्रियांचा समावेश होतो. अमेरिकन मार्केटिंग असोसिएशन या संस्थेने विपणनाची व्याख्या ''वैयक्तिक आणि संस्थात्मक उद्दिष्ट साध्य करण्याच्या हेतूने कल्पना, वस्तू आणि सेवांच्या संकल्पना यांची देवाण घेवाण निर्माण करण्यासाठी किंमत, जाहिरात व वितरणाचे नियोजन आणि अंमलबजावणी करण्याची प्रक्रिया म्हणजे विपणन होय'' अशी केली आहे. व्यवसायाचा विकास आणि विस्तार

करण्यासाठी उत्पादक आणि ग्राहक यांना जोडणाऱ्या सर्व घटकांचा विकास करणे गरजेचे आहे. सामान्यपणे या घटकांमध्ये बाजारपेठ, विपणन, शासकीय धोरण, दळणवळण, सुविधा, संपर्क साधने व विक्रेते इत्यादींचा समावेश होतो. ग्राहकांमध्ये जागरूकता निर्माण करून वस्तू व सेवांची खरेदी करण्यासाठी ग्राहकांना प्रेरणा देण्याचे काम विपणन करते. विपणन ही आर्थिक व्यवहारांना चालना देणारी संकल्पना समजली जाते.

कृषी उत्पादनांचे विपणन:-

आपल्या प्राथमिक गरजा भागविण्यासाठी मानव करत असलेल्या व्यवसायांपैकी शेती हा एक पारंपारिक व्यवसाय आहे. आपल्या प्राथमिक गरजांपैकी अन्न व वस्त्र या गरजा शेती व्यवसायावरच आधारित आहेत. जगातील सर्व लोकांना अन्न-धान्य उपलब्ध करून देणारे शेती क्षेत्र हे एकमेव साधन आहे. शेती क्षेत्रामधूनच शेती व शेतीसंबधित उद्योगधंद्यासाठी लागणारा कच्चामाल उपलब्ध होतो. शेती व्यवसाय फक्त उपजीविका करण्यापुरता मर्यादित राहिलेला नाही. तर आर्थिक विकास करण्याचे एक साधन झाले आहे. शेतीमधून उत्पादित होणारे कोणतेही उत्पादन ग्राहकांच्या उपभोगासाठी उत्पादित केले जाते. उत्पादित शेतीमालासाठी स्थान, वेळ, परिवर्तन व उपयोगिता वाढवण्याच्या दृष्टिकोनातून कृषी विपणन ही संकल्पना अधिक व्यापक होत आहे. उत्पादित वस्तू आणि सेवा कृषी उत्पादन ठिकाणापासून अंतिम ग्राहकांपर्यंत पोहोचवण्यासाठी पार पाडाव्या लागणाऱ्या सर्व व्यावसायिक क्रिया म्हणजे कृषी विपणन होय. उत्पादनाची गुणवत्ता, दळणवळण इत्यादी सुविधा योग्य किंमत यांची पूर्तता झाली. तरच विपणन प्रभावीपणे वस्तूंमध्ये स्थान, वेळ व मालकी उपयोगीता निर्माण करून ग्राहकांच्या गरजा भागवू शकते. त्याचप्रमाणे शासनाचे कृषी विपणन विषयक धोरण कृषी उत्पादनांचे विपणनाचा विकास करण्यासाठी कारणीभूत घटक असतो. रोजगार निर्मिती आणि दारिद्र्य निर्मूलन सुलभ करताना देशाच्या आर्थिक विकासात शेतीची महत्त्वाची भूमिका आहे, असे श्री फैज अहमद किडवाई (आयएएस अतिरिक्त सचिव मार्केटिंग) यांनी सांगीतले आहे. जागतिकीकरण, उदारीकरण आणि अर्थव्यवस्थेतील खाजगीकरणाच्या वाढत्या विस्तारामुळे बाजारपेठेत अनेक नवीन बदल होत आहेत. कृषी उत्पादन व

कृषी विपणन हे आज कृषी क्षेत्राचे प्रमुख चालक ठरनार आहे, असे फैज अहमद किडवाई यांचे म्हणणे आहे. इकॉनॉमिक सर्वे ऑफ इंडिया २०२१-२२ नुसार भारत देशाच्या एकूण उत्पन्नापैकी कृषी क्षेत्राचा वाटा १८% आहे. तर कृषी उत्पादनांच्या निर्यातीतील वाटा १३.५% आहे. २०२०-२१ मधे हे प्रमाण २०.२% होते. कृषी उत्पादनांच्या उत्पन्नामध्ये नेहमी चढ उतार येत असतो. उत्पन्नातील होणाऱ्या चढ उतारास कारणीभूत घटक कोणते आहेत, हे जाणून घेण्यासाठी कृषी उत्पादनांचे विपणनाचा अभ्यास करणे महत्त्वाचे आहे. शेतकऱ्यांना त्यांच्या मालाची योग्य किंमत मिळावी आणि बाजारपेठ उपलब्ध व्हावी यासाठी भारत सरकारने अनेक योजना आणि समित्या तयार केल्या आहेत- परंपरागत कृषी विकास योजना, कृषी उत्पादन माहिती योजना, राष्ट्रीय कृषी विपणन आणि कृषी उत्पादन बाजारपेठ समिती. महाराष्ट्राचा विचार करता इकॉनॉमिक सर्वे ऑफ महाराष्ट्र २०२१-२२ नुसार देशाच्या एकूण कृषी क्षेत्रातील उत्पन्नापैकी महाराष्ट्राचा वाटा ११.९% इतका आहे. महाराष्ट्र राज्यातील शेतकऱ्यांना प्रोत्साहन देण्यासाठी राज्य सरकारने Maharashtra Agriculture Marketing Board (MSAMB) ची स्थापना केली आहे. महाराष्ट्र राज्यामध्ये ३०६ APMC आहेत. आणि ६२३ उपयार्ड आहेत. थेट विपणन परवान्याची संख्या जानेवारी २०२२ पर्यंत १४०० होती. भारतातील एकूण लोकसंख्येच्या ७०% लोकसंख्या ग्रामीण भागामध्ये राहते आणि त्यापैकी ६५% लोक शेती हा व्यवसाय करतात. भारतामधे तांदूळ, गहू, ज्वारी, तेलबिया पासून तेल, ऊस , मसाले, कापूस, ताग, चहा, कॉफी ही प्रमुख पिके घेतली जातात. देशातील एकूण लागवडी खालील जमिनी पैकी २२% क्षेत्रात तांदूळ उत्पादन घेतले जाते. गहू आणि कापूस उत्पादनामध्ये भारताचा जगात दुसरा क्रमांक लागतो. महाराष्ट्राचा विचार करता गहू, ज्वारी, बाजरी, तांदूळ, मका, सोयाबीन , भुईमूग, ऊस ही प्रमुख पिके आहेत.

प्रस्तुत संशोधनासाठी महाराष्ट्र राज्य मधील 'पालघर जिल्ह्यातील कृषी उत्पादनांचे विपणन' निवडले आहे. पालघर जिल्ह्याचे एकूण भौगोलिक क्षेत्र ४,६९,६९९ हेक्टर इतके आहे. या क्षेत्रफळापैकी १ लाख ३३ हजार हेक्टर शेती क्षेत्र आहे. त्यामध्ये ७५ हेक्टर क्षेत्रात भात, १५ हजार हेक्टर क्षेत्रात नाचणी आणि १० हजार हेक्टर क्षेत्रात वरई पिकांची लागवड केली जाते. पालघर जिल्हा

डहाणू तालुक्यातील घोलवड येथील चिकू साठी प्रसिद्ध आहे. तर वाडा तालुक्यातील वाडा कोलम हा भौगोलिक मानांकन प्राप्त झालेला तांदूळ प्रसिद्ध आहे. भाजीपाला, फुलशेती, मिरची आणि नाचणी, वरी तसेच आंबा, काजू, कलिंगड(वाडा तालुका) या उत्पादनासाठी ही पालघर जिल्हा प्रसिद्ध आहे .

विषय निवड :-

कोणत्याही व्यवसायाच्या उत्पादनांचा अभ्यास करताना त्या व्यवसायावर परिणाम करणाऱ्या घटकांचा अभ्यास होणे आवश्यक आहे. या अनेक घटकांपैकी विपणन हा महत्त्वाचा घटक आहे. कृषी क्षेत्रातील ज्या उत्पादनांच्या व्यवसायाचा विकास झाला आहे, त्यामध्ये विपणन या घटकाचा महत्त्वाचा वाटा आहे. मात्र ग्रामीण भागातील शेती क्षेत्राचा विकास अथवा ग्रामीण भागाचा आर्थिक व व्यावसायिक दृष्टीने अध्ययन करताना कृषी क्षेत्राच्या विकासास कारणीभूत ठरलेल्या कृषी उत्पादनांच्या विपणनाकडे तुलनेने कमी लक्ष दिले गेले आहे, हे प्रामुख्याने पहावयास मिळते. ही उणीव लक्षात घेऊन प्रस्तुत शोध प्रबंधासाठी "पालघर जिल्ह्यातील कृषी उत्पादनांच्या विपणनाचा चिकित्सक अभ्यास" हे शीर्षक निवडले आहे. या शोध प्रबंधामध्ये पालघर जिल्ह्यातील कृषी क्षेत्र व उत्पादने आणि शेती पद्धती वितरण साखळी शासकीय योजना या कृषी उत्पादनांच्या विपणनाशी संबंधित असणाऱ्या घटकांचा आढावा घेतला जाणार आहे.

शेती हा ग्रामीण भागातील प्रमुख व्यवसाय आहे. यात पालघर हा जिल्हा नवनिर्मित आहे. २०१४ साली ठाणे जिल्ह्याचे विभाजन होऊन पालघर जिल्ह्याची निर्मिती झाली. पालघर हा जिल्हा आदिवासी बहुमुल लोकसंख्या असणारा जिल्हा आहे. पालघर जिल्ह्यातील आदिवासी शेतकऱ्यांमधे कृषी विपणन बाबत जागरूकता आहे का? शेतकरी उत्पादन घेण्यासाठी आधुनिक पद्धतींचा वापर करतात का? पालघर जिल्ह्यातील शेतकऱ्यांना उत्पादनांचे विपणन प्रक्रियेत अडचणींना सामोरे

जावे लागते का? जिल्हयामधे दळणवळणाच्या सुविधा आहेत का? या सारख्या प्रश्नांची उत्तरे शोधण्याचा प्रयत्न केला जाणार आहे.

अभ्यासाची उद्‍दिष्ट :-

१.पालघर जिल्हयातील कृषी उत्पादनांच्या विपणनाचा अभ्यास करणे.

२.पालघर जिल्हयातील कृषी विपणन संदर्भात शेतकऱ्यांसमोरील समस्यांचा अभ्यास करणे.

३.पालघर जिल्हयातील कृषी उत्पादनांच्या विपणनातील वितरण साखळीचा अभ्यास करणे.

४.पालघर जिल्हयातील शेतकऱ्यांमध्ये कृषी विपणनाबाबत असलेली जागृकता जाणून घेणे.

५. पालघर जिल्हयातील कृषी उत्पादनाच्या विपणन विकास संदर्भात शासनाची भूमिका जाणून घेणे.

अभ्यासाची गृहितके :-

१.पालघर जिल्हयातील अनेक समस्यांमुळे शेतकरी आपल्या कृषी उत्पादनांची विक्री व्यापारी व मध्यस्थ वर्गाकडे करतात.

२.पालघर जिल्हयातील अविकसित विपणन सुविधांमुळे कृषी उत्पादनात घट झाली आहे.

३.पालघर जिल्हयातील कृषी उत्पादनांच्या विपणनाचा विकास जिल्हयातील दळणवळणा सुविधांवर आधारित आहे.

संशोधन पद्धती –

संशोधन ही निरंतर चालणारी प्रक्रिया आहे. आणि संशोधन साधनांअभावी संशोधन कार्य अशक्य असते. गुणात्मक संख्यात्मक किंवा संमिश्र स्वरूपाच्या संशोधन पद्धतीमध्ये तथ्य संकलन हे अति महत्त्वाचे कार्य आहे. हे तथ्य संकलन प्रामुख्याने पुढील दोन मार्गाने करावे लागते. प्राथमिक स्त्रोत आणि दुय्यम स्त्रोत. प्राथमिक स्त्रोतांमधून तथ्य संकलित करण्यासाठी निरीक्षण, मुलाखत व प्रश्नावली ही साधने वापरली जातात. तर दुय्यम स्त्रोतांमधून तथ्य संकलनासाठी सरकारी प्रकाशन, अहवाल, पूर्वीचे संशोधन, व्यक्तिगत नोंदी, जनगणना इत्यादी. साधने उपयुक्त ठरतात. प्रस्तुत संशोधनामध्ये प्राथमिक व दुय्यम या दोन्ही स्त्रोतांचा वापर केला जाणार आहे.

प्राथमिक स्त्रोत:

पालघर जिल्ह्यातील कृषी उत्पादनांच्या विपणनाचा अभ्यास करण्यासाठी प्राथमिक तथ्य मुलाखत, निरीक्षण, प्रत्यक्ष भेटी आणि चर्चा या स्त्रोतांमधून मिळवली जातील.

नमुना निवड पद्धती:

प्रस्तुत संशोधन अभ्यासासाठी प्राथमिक तथ्य सहेतुक बहुस्तरिय यादृच्छिक नमुना निवड पद्धतीवर आधारित असेल. मालाच्या विपणन प्रक्रियेशी संबंधित पालघर जिल्ह्यातील निवडलेल्या प्रत्येक तालुक्यातील शेतकरी, व्यापारी, मध्यस्थ, कृषी अधिकारी यांची तालुक्यांमधून पुढीप्रमाणे नमुना निवड केली जाईल

१.निवडलेल्या ८ तालुक्यांतील ५ गावांची नमुना म्हणून निवड करण्यात येईल. त्या प्रत्येक गावांतून १० शेतकरी अशी एकूण ४०० शेतकरी कुटुंबांची नमुना म्हणून निवड केली जाईल.

२. त्याचप्रमाणे; पालघर जिल्हयाच्या ८ तालुक्यांतील प्रत्येक तालुक्यातील १ या प्रमाणे ८ कृषी अधिकारी व १६ व्यापारी आणि १६ मध्यस्थ यांची निवड करण्यात येईल. असे एकूण (४००+१६+१६+८) ४४० नमुन्यांची निवड केली जाईल.

दुय्यम स्त्रोत:

दुय्यम तथ्य मिळवण्यासाठी विविध प्रकाशित साहित्य, अहवाल, पुस्तके वर्तमानपत्र, मासिके, साप्ताहिक, सरकारी, निमसरकारी अहवाल इत्यादींचा वापर करण्यात येईल.

आकृतीबंध:

सदर अभ्यासात स्पष्टता येण्यासाठी काही नकाशे, आलेख , छायाचित्र, तक्ते यांचा वापर करण्यात येईल. आलेख, तक्ते, नकाशे यांच्या आवश्यक माहितीसाठी तहसील कार्यालय, पंचायत समिती व कृषी विभागाच्या कार्यालयातील अहवाल यांचा वापर संशोधन प्रक्रियेत करण्यात येईल.

तथ्यांवरील प्रक्रिया:-

प्रस्तुत संशोधनात सर्वेक्षण पद्धतीने संकलित करण्यात येणाऱ्या तथ्यांवर प्रक्रिया करण्यासाठी वर्णनात्मक पद्धती वापरल्या जाणार आहेत. तथ्याचे विश्लेषण करण्यासाठी विविध संख्याशास्त्रीय तंत्राचा वापर करण्यात येईल. शक्य झाल्यास SAS किंवा SPSS या संगणक प्रणालींचा वापर केला जाईल.

अभ्यासाची व्याप्ती:-

भौगोलिक व्याप्ती:

महाराष्ट्राचा नवनिर्मित 36 वा जिल्हा असणाऱ्या पालघर जिल्हयाच्या शेती क्षेत्रातील उत्पादनांच्या विपणनाचा अभ्यास केला जाणार आहे. त्यामुळे अभ्यासाची व्याप्ती ही पालघर जिल्हयातील ८ तालुक्यांपुरता मर्यादित राहील.

कालावधी व्याप्ती:

या संशोधनाचा कालावधी २०१८ ते २०२३ पर्यंत पाच वर्ष असेल. आवश्यक असल्यास मागील संदर्भ वापरले जातील.

संशोधन अभ्यासाच्या मर्यादा

प्रस्तुत संशोधन हे नमुना निवड पद्धतीवर आधारलेले आहे. त्यामुळे नमुना निवड पद्धतीच्या मर्यादा या संशोधनाला लागू पडू शकतात. नमुना निवडी मधे घेतलेले शेतकरी, मध्यस्थ, व्यापारी बऱ्याच प्रमाणात अज्ञान व अशिक्षित असल्यामुळे त्यांनी दिलेली माहिती बिनचूक असेलच असे नाही. ही सर्व माहिती नमुना म्हणून निवडलेल्या कृषी अधिकारी, शेतकरी, मध्यस्थ, व्यापारी यांच्या प्रतिसादावर अवलंबून असेल.

प्रस्तावित प्रकरणे:

पालघर जिल्ह्यातील कृषी उत्पादनांच्या विपणनाचा चिकित्सक अभ्यास या शोध प्रबंधाकरिता खालील प्रमाणे प्रकरण व्यवस्था केली जाणार आहे.

प्रकरण पहिले: प्रस्तावना आणि संशोधन पद्धती

प्रस्तुत प्रकरणात पालघर जिल्ह्याची पार्श्वभूमी, विषयाचे महत्त्व, उद्दिष्टे, गृहीतके, तथ्य संकलन, मर्यादा, अहवालाचा आराखडा इत्यादी घटकांचे विवेचन करण्यात येणार आहे. आणि निवडलेल्या संशोधन पद्धतीचे विश्लेषण करण्यात येणार आहे.

प्रकरण दुसरे: संशोधन साहित्याचे पुनर्विलोकन

प्रस्तुत प्रकरणात संशोधन विषयाच्या संदर्भात इतर अभ्यासकांनी केलेल्या अभ्यासाचा आढावा घेण्यात येणार आहे. तसेच पालघर जिल्ह्यातील कृषी उत्पादनांच्या विपणनाबाबत संशोधन साहित्याचे पुनर्विलोकन केले जाणार आहे.

प्रकरण तिसरे: कृषी उत्पादनांचे विपणन भारत , महाराष्ट्र आणि पालघर

प्रस्तुत प्रकरणांमध्ये कृषी विपणन संकल्पना, कृषी विपणनाच्या पद्धती यांचा आढावा घेतला जाईल. तसेच राष्ट्रीय, राज्य आणि जिल्हा स्तरावर कृषी उत्पादनांचा आढावा घेतला जाईल

प्रकरण चौथे: पालघर जिल्हयातील कृषी उत्पादन विपणनाचा विश्लेषणात्मक अभ्यास

प्रस्तुत प्रकरणांमध्ये पालघर जिल्हयातील कृषी उत्पादनासाठी उपलब्ध असलेल्या विपणन सुविधा आणि दळणवळणाची साधने आणि वितरण साखळ्या यांचा आढावा घेतला जाईल. ग्राहकांमध्ये विपणनाविषयी जागरुकता जाणून घेतली जाईल.

प्रकरण पाचवे: अभ्यास विश्लेषण

प्रस्तुत प्रकरणामध्ये संकलित केलेल्या माहितीचे विश्लेषण करण्यात येईल. तथ्यांचे विश्लेषण करण्यासाठी विविध संख्याशास्त्रीय तंत्राचा वापर करण्यात येईल.

प्रकरण सहावे: निष्कर्ष व शिफारशी

प्रस्तुत प्रकरणात उपलब्ध सर्व प्रकरणांचा आढावा घेऊन संशोधनातील निष्कर्ष मांडले जाणार आहे, तसेच आवश्यक त्या शिफारशी केल्या जातील.

संदर्भ सूची

१.डी.के.जोशी; मार्केटिंग अँड ॲग्री बिझनेसइन इंडिया; रितू पब्लिकेशन; जयपूर;२०१३
२.डॉ. सरवदे डब्लू. के; कृषी विपणन; वित्सला बळीराम प्रकाशन केंद्र;मुंबई;२००६
३.डॉ. मुलाणी यु. एस.; महाराष्ट्रातील शेती; डायमंड पब्लिकेशन;पुणे;२००९
४.डॉ.एस.मोहन; रिसर्च मेथोडोलोजी इंन कॉमर्स; दिप अँड दिप पब्लिकेशन प्रा.लि.;नवी दिल्ली;२००७
५.सानल कुमार व्ही.;रूरल मार्केटिंग;आय.वी.आय.पब्लिशिंग हाउस;नवी दिल्ली;२००१
६.संदीप सरिन;मार्केटिंग अँड सेल्स मॅनेजमेंट; आय.वी.आय.पब्लिशिंग हाउस;नवी दिल्ली;२०१२
७. डॉ.कोठारी पि एस; संशोधन पद्धती वाणिज्य आणि व्यवस्थापन; अथर्व पब्लिकेशन; धुळे; २०१५
८. डॉ. खिराडे संतोष; संशोधन. पद्धती ; प्रशांत पब्लकेशन; जळगाव,2003
९..जिल्हा माहिती कार्यालय पालघर
१०. www.Indiabudget.gov.in
११. www.ccsniam.gov.in

मार्गदर्शक.
डॉ. भारत टी. निर्वळ
स्व. नितीन महाविद्यालय पाथरी,
ता. पाथरी, जिल्हा. परभणी.

संशोधक
सौ . धानवा सोनम सुनिल
वाणिज्य व व्यवस्थापन विद्याशाखा
स्वामी रामानंद तीर्थ मराठवाडा
विद्यापीठ. नांदेड.